



## **Associazione Italiana Turismo Responsabile**

### **Carta de Identidad para los Viajes Sostenibles propuesta por la Asociación Italiana del Turismo Responsable (AITR)**

En 1998 once asociaciones no-profit (hoy en día 92) que habían firmado la "Carta de Identidad para Viajes Sostenibles" han dado vida a la Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR) para la difusión y la realización de un viajar ético y consciente que se preocupa por las necesidades de los países de destino, de la gente y del medio ambiente. Un tipo de viaje que elige no ser cómplice de destrucción y explotación, sino que se hace portador de principios universales: equidad, sustentabilidad y tolerancia. Desde entonces se ha hecho mucho camino, y la reflexión y la práctica del turismo responsable están ganando siempre mayor número de personas que la practican, espacio en los medios de comunicación y en las manifestaciones turísticas. En el workshop que hemos organizado durante el Forum Social Mundial 2002 de Porto Alegre los puntos en común que hemos alcanzado con una vasta representación de movimientos que en todo el mundo se ocupan de sustentabilidad turística han sido:

- La constatación de la necesidad de las comunidades locales para transformarse en protagonistas de la programación turística y de la gestión de los flujos.
- La denuncia de las políticas de las grandes multinacionales turísticas que no toman en debida cuenta la sustentabilidad ambiental y socio-económica de su modo de operar y accionar, limitando seriamente la potencialidad del turismo como motor del desarrollo económico de los países del Sur y de valorización del medio ambiente.
- La poca seriedad con la que se entiende a veces el ecoturismo, pensado como forma de turismo exótico para ricos viajeros y que excluye cualquier contacto con la población.
- La necesidad de una formación sobre el turismo que incluya los temas y las propuestas del turismo responsable y sostenible.

AITR propone a ESTE SEMINARIO su "Carta de Identidad para Viajes Sostenibles" en la que se presenta una metodología para la organización de viajes sustentables ambientalmente, culturalmente y económicamente. En el prefacio de la Carta se citan, como fuente de inspiración, una serie de documentos internacionales y se proponen algunas líneas de principio para la reconversión sustentable de la industria turística. Finalmente se desarrolla la propuesta de AITR para viajes sustentables, articulada en tres secciones (antes, durante y después del viaje) y dirigida a tres sujetos (el turista, el organizador del viaje y la comunidad local).



## **TURISMO RESPONSABILE**

### *Carta de Identidad para los Viajes Sostenibles (1997)*

**Dado que** el turismo a las puertas del año 2000:

- ◆ es la principal actividad económica del globo.
- ◆ moviliza más de 5 mil millones de personas al año (entre los que casi 600 millones hacia el extranjero).
- ◆ ocupa millones de trabajadores (1 de cada 5 ocupados en todo el mundo).
- ◆ está destinado a crecer exponencialmente en los próximos decenios a favor del desarrollo del transporte y de las comunicaciones.

**Pero considerando también** que el turismo, en sus aplicaciones de masa y de lujo, ha tenido muchas veces efectos muy negativos sobre el ambiente, la cultura, la economía de los países de destino, sobre todo en el Sur del mundo;

**Y fundamentalmente para que** en su desarrollo se establezcan límites o recursos y condiciones de actuación apropiadas.

A tal propósito se hace referencia a autorizados documentos producidos en los últimos años por sujetos diversos, cuyo contenido ilustra bien, en sus líneas guía, los valores generales que se desean transmitir.

Entre los cuales:

- ◆ **Carta de Lanzarote** - 27/ 28 de Abril de 1995
- ◆ **Agenda 21 de la ONU** - 14 de Junio de 1992
- ◆ **Manifiesto del Movimiento Alemán** "Tourism With Insight"
- ◆ **Tourism Bill of Rights and Tourist Code** - (OMT 1985)
- ◆ **Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo** - (OMT 1997)
- ◆ **Declaración de Montreal** - 1997
- ◆ **Guía para los operadores de Turismo** (Ecotourism Society, USA)

**Es necesario entonces:**

1. Desarrollar una mayor atención a la interacción entre los turistas, la industria turística y la comunidad que ofrece hospitalidad, para favorecer un verdadero respeto de la diversidad cultural y una disponibilidad de adaptación a hábitos y modos de vida diferentes de los propios.
2. Que los usuarios tomen conciencia de su propio rol de consumidores del producto - viaje del que depende la calidad de la oferta y el destino de millones de otros individuos en los lugares de destino.
3. Reducir al mínimo los daños del impacto socio-cultural y medio ambiental producido por los flujos turísticos.
4. Respetar y alentar el derecho de las comunidades locales para decidir sobre el turismo en su propio territorio y de esa forma establecer relaciones continuas de cooperación solidaria.



## **ANTES DE PARTIR**

### **a) EI TURISTA** (Viajero Individual o de Grupo)

1. Se interroga sobre las reales expectativas y motivaciones de su viaje, reposo y recreo, respetando el ambiente, a los demás y al conocimiento, comprendido como cultura y encuentro, para satisfacer sus exigencias de profundización y de autenticidad.
2. Pide ser informado en forma correcta por los organizadores y los medios, no sólo sobre los aspectos técnico-logísticos del viaje, sino también sobre el contexto socio-cultural a visitar y por su iniciativa procura informarse (a través de textos, guías, internet, material audiovisual).
3. Está interesado en crear en primera persona o por medio de los organizadores contactos previos al viaje con las realidades locales que pudieran hospedarlo y con exponentes que podría encontrar en la sociedad civil del lugar de destino.
4. Está interesado y disponible para encuentros preparatorios con sus futuros compañeros de viaje y/o acompañantes.
5. Pide a los organizadores garantías sobre la calidad del viaje, desde el punto de vista ético, es decir sobre sus características ambientales, económicas y sociales.
6. Pide la transparencia del precio para saber qué porcentaje del mismo queda para la comunidad hospedante.
7. Privilegia viajes en los que la máxima posibilidad de elección sobre los tiempos y los contenidos esté garantizada.

## **b) EI ORGANIZADOR** (Tour Operator, Agencia, Asociación Cultural del País de Partida)

1. Reúne información sobre el viaje en trámite:

- ◆ Catálogos verídicos en los que el PAÍS a visitar no sea presentado en forma engañosa, falsa, tendenciosa o ambigua (por ejemplo: referencias al turismo sexual) o instrumental (por ejemplo: falsedad en la presentación de tradiciones culturales locales).
- ◆ Publicaciones que tengan una descripción geográfica y ambiental, información socio-económica, política y de actualidad, mención de los proyectos existentes de cooperación social y ambiental, las normas de comportamiento aconsejadas.
- ◆ Una bibliografía sobre la localidad elegida.

2. Está dispuesto a organizar encuentros preparatorios para los participantes del viaje durante los que además de conocerse:

- ◆ se coordinen los posibles itinerarios y tiempos.
- ◆ se aclaren las dudas de los usuarios, sean particulares o de grupo.
- ◆ se presenten posibles contactos directos con la comunidad de los lugares de destino.

3. Se preocupa desde el punto de vista ético sobre el plano:

### **AMBIENTAL**

- ◆ privilegiando alojamientos, restaurantes, estructuras y transportes compatibles con el medio ambiente (por presencia de depuradores, correcto tratamiento de desechos y ahorro energético).

### **SOCIAL**

- ◆ pidiendo a la autoridad estatal de los lugares de destino garantizar un desarrollo turístico compatible.
- ◆ privilegiando servicios de recepción (transportes, alojamientos y restaurantes) en línea con la cultura del lugar (por ejemplo: no pretender comidas extrañas a la cultura local).
- ◆ eligiendo socios locales que respeten las normas sindicales mínimas establecidas por la OIT, país por país (que tengan en cuenta horarios razonables, sin trabajo de menores y con sueldos justos según el salario mínimo local).
- ◆ formando pequeños grupos de participantes que entren más fácilmente en contacto con las realidades locales (importante sobre todo si éstas son frágiles) evitando la exposición reiterada y continua de las mismas comunidades y un impacto turístico de masa decidido unilateralmente.
- ◆ organizando itinerarios con tiempos que no obliguen a la prisa y en los cuales las metas seleccionadas tengan un número limitado.
- ◆ activando a un acompañante oportunamente formado que sirva también de facilitador intercultural.
- ◆ evitando el exceso de organización que impide al visitante darse cuenta de la realidad local.
- ◆ no favoreciendo en el turismo la comercialización sexual y enfrentando con todos los medios prostitución y pornografía infantil.
- ◆ organizando la participación de los turistas en manifestaciones, fiestas y espectáculos tradicionales en el respeto hacia la autenticidad y el consenso.

### **ECONOMICO**

- ◆ privilegiando servicios de recepción (transportes, alojamientos y restaurantes) de carácter familiar o de pequeña escala.
- ◆ eligiendo servicios locales (transportes, alojamientos y restaurantes) donde sea menor la diferencia de posible disfrute entre el viajero y la gente del lugar.
- ◆ verificando que parte (certificable) del dinero gastado por los turistas se redistribuirá en el lugar de modo equitativo (desde el alojamiento a la adquisición de artesanías auténticas del lugar) y proporcionando una lista adjunta con precios transparentes y en el caso de las multinacionales verificando que exista un efectivo y consistente reintegro positivo sobre la economía local.

## **c) Las COMUNIDADES LOCALES HOSPEDANTES**

Por comunidades locales hospedantes se entiende:

- Sectores de la Industria Turística.

- Autoridad/Institución Turística y Gobiernos Locales.
- Grupos de Ciudadanos que viven en áreas interesadas por el turismo (pero no directamente implicados en el negocio turístico).

Desean controlar el desarrollo del turismo en su zona y por eso:

1. se expresan con conocimiento respecto del flujo turístico, ofreciendo por lo menos una disposición para el encuentro.
2. si están disponibles a la demanda turística, responden con propuestas adecuadas de acogida.
3. tienen en cuenta los diversos aspectos del impacto turístico:

#### AMBIENTAL Y PAISAJÍSTICO

- ◆ para que las calles, los edificios y la revalorización del territorio sean efectuados con valorización del impacto ambiental.

#### SOCIAL

- ◆ para que la cultura local, arquitectura, arte, lengua, vestimentas y gastronomía queden independientes y vivos.

#### ECONOMICO

- ◆ para que la propiedad local no sea cedida a extranjeros o confiscada por los gobiernos locales para objetivos análogos.
- ◆ para que el desarrollo no sea unilateral y excesivamente dependiente del turismo en sí.
- ◆ para que el dinero que se genera se redistribuya también en otros sectores dinamizando las interacciones en el tejido social de destinación.
- ◆ para que el precio pagado resulte justo para todos (turistas, operadores y comunidad que hospeda).

4. Activan y forman guías locales y facilitadores que indiquen qué comportamientos son localmente aceptables o no y pongan en contacto a los visitantes con la gente, las oportunidades, las auténticas atracciones del lugar.



### DURANTE EL VIAJE

#### a) EI TURISTA (Viajero Individual o en Grupo):

1. Considera positivo compartir los variados aspectos de la vida cotidiana local y no quiere privilegios o prácticas que puedan causar impacto negativo.
2. No hace ostentación de riqueza y lujo estridente respecto al tenor de vida local.
3. Para sacar fotos o videos se asegura de la aprobación de la persona fotografiada.
4. No asume comportamientos ofensivos para usos y costumbres locales.
5. Busca productos y manifestaciones que sean expresión de la cultura local (por ejemplo: artesanías, gastronomía, arte) salvaguardando la identidad del sitio.
6. Respeta el ambiente y el patrimonio histórico-monumental.

#### b) EI ORGANIZADOR (Tour Operator, Agencia, Asociación Cultural del País de Partida):

1. Distribuye un cuestionario de valoración de la experiencia.
2. Prevé para una mejor mediación cultural la presencia de una guía local.



## DESPUES DEL VIAJE

### **a) EI TURISTA** (Viajero Individual o de Grupo):

1. Verifica si ha llegado a establecer una relación satisfactoria con la gente del país visitado.
2. Evalúa como continuar las relaciones establecidas.
3. Si ha viajado en grupo, responde al cuestionario de valoración de la experiencia propuesto por los organizadores y, si lo desea, participa de los encuentros con el grupo con el cual ha viajado.

### **b) EI ORGANIZADOR** (Tour Operator, Agencia, Asociación Cultural del País de Partida):

1. Verifica los resultados alcanzados organizando si es posible un encuentro entre los participantes.
2. Produce material informativo que recoja las experiencias y las comunique: relaciones escritas, fotografías y videos.

### **c) Las COMUNIDADES LOCALES HOSPEDANTES** (y los RESPONSABLES POLITICOS en las REGIONES TURISTICAS)

1. Verifican los resultados del viaje que han recibido: su impacto, los encuentros habidos y el recupero económico.